

## Haftung von Werbeagenturen bei der Logoerstellung

Erstellt eine Werbeagenturen im Kundenauftrag Werbelogos und werden auf diese Weise Markenrechte Dritter verletzt, haftet die Agentur für diese Rechtsverletzung unter Umständen selbst. Darauf wies das KG Berlin in seinem Hinweisbeschluss vom 04.02.2011 ausdrücklich hin (Az. 19 U 109/10):

Die Pflicht einer Werbeagentur, dem Auftraggeber auch ohne vertragliche Abrede eine nicht mit Rechten Dritter kollidierende Werbung zur Verfügung zu stellen, sei lediglich durch die „Zumutbarkeit der Prüfung im konkreten Einzelfall“ begrenzt. Entscheidend für die Feststellung der Zumutbarkeit sei dabei das Verhältnis zwischen dem Aufwand der markenrechtlichen Prüfung einerseits und der Höhe der geschuldeten Vergütung für die Werbung andererseits.

### Wörtlich heißt es in dem Beschluss:

„Die Pflicht einer Werbeagentur, dem Auftraggeber auch ohne vertragliche Abrede eine nicht mit Rechten Dritter kollidierende Werbung zu Verfügung zu stellen, wird durch die Zumutbarkeit der Prüfung im konkreten Einzelfall begrenzt (Nennen, a.a.O., 217). Wesentliche Parameter für die Zumutbarkeit einer - in Falle ihrer Zumutbarkeit von den Parteien im Lichte der §§ 133, 157 BGB in der Regel auch stillschweigend vereinbarten - Prüfung der rechtlichen Unbedenklichkeit der Werbemaßnahme sind der mit der rechtlichen Prüfung verbundene Aufwand einerseits sowie das Verhältnis des Umfangs der avisierten Werbung zur Höhe der geschuldeten Vergütung andererseits (Nennen, a.a.O.). (...)

Davon ausgehend kann eine Werbeagentur bei einer groß angelegten Werbekampagne und der Vereinbarung einer nicht lediglich geringfügigen Vergütung auch ohne gesonderte Vereinbarung zu umfassender rechtlicher Prüfung verpflichtet sein (Nennen, a.a.O.). In einem solchen Fall kann und wird der Auftraggeber einerseits aufgrund des mit einem größeren Werbevolumens verbundenen gesteigerten Haftungsrisikos, andererseits aufgrund der Vereinbarung einer nicht offenkundig unauskömmlichen Vergütung davon ausgehen, dass die Werbeagentur umfassend, d.h. nicht lediglich kreativ, sondern auch unter Prüfung der rechtlichen Unbedenklichkeit der Werbemaßnahme für ihn tätig wird.“

## Fazit

Erhält die Agentur für die Logoerstellung eine hohe Vergütung, wird vom Kunden und von der Rechtsprechung erwartet, dass die Agentur auch eine Markenrecherche durchführt. Unterbleibt eine solche Recherche oder wird diese unzureichend durchgeführt, haftet die Agentur nach Auffassung des KG Berlin für eine dadurch begangene Markenrechtsverletzungen selbst.

Dies kann weitreichenden Folgen haben:

Der Kunde darf z. B. das Logo nicht weiter verwenden. Eine teure Abmahnung kann die Folge sein. Oft muss auch der Firmenname, die Webseite sowie alle erstellten Dokumente im Corporate Design geändert werden. Weitere Kosten kommen für Anwälte und die Neuerstellung von Logo, Webseite und Corporate Design dazu.

Ein Preis für die Logoerstellung, ab dem dies erwartet wird, wurde vom KG Berlin im o. g. Beschluss allerdings nicht genannt. Im dort zu entscheidenden Fall sah das Gericht lediglich aufgrund der verhältnismäßig niedrigen Vergütung von 770,- € keine Schadenersatzpflicht der Agentur.